

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
TOSERBA SRI RATU MADIUN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

**Diajukan Oleh :
ANUGERAH DIAH WIDIYOWATI
No Pokok : 049711462 E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

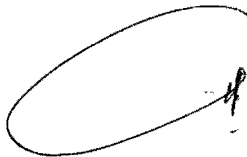
**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOSERBA SRI RATU MADIUN**

**DIAJUKAN OLEH:
ANUGERAH DIAH WIDIYOWATI**

No. Pokok : 049711462-E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



TANTI HANDRIANA, SE.,MSi

TANGGAL.....1-9-2009.....

KETUA PROGRAM STUDI,



Prof. DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL.....3-9-2009.....

Surabaya, 8 - 7 - 2004.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

DOSEN PEMBIMBING



TANTI HANDRIANA, SE., MSi

ABSTRAKSI

Seiring dengan meningkatnya jumlah konsumsi nasional, jaringan retail di Indonesia berkembang sangat pesat. Sehingga banyak bermunculan industri retail di kota-kota besar maupun kota-kota kecil terutama di Madiun, salah satunya adalah Sri Ratu Madiun. Dan banyaknya usaha retail yang didirikan pada suatu lokasi yang berdekatan, akibatnya timbul persaingan yang semakin lama semakin ketat. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh pengusaha retail adalah kepuasan konsumen.

Nilai ditentukan oleh konsumen dalam hubungannya dengan manfaat yang akan mereka terima. Sedangkan menurut teori Woodruff (1997:142) konsep nilai pelanggan menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan preferensi dari apa yang dirasakan konsumen dan evaluasinya terhadap atribut produk, konsekuensi yang timbul setelah mengkonsumsi produk yang pada akhirnya akan membuat konsumen mencapai tujuannya. Penelitian ini menggunakan teori Woodruff yang telah disesuaikan, yang membahas mengenai nilai pelanggan. Nilai pelanggan pada penelitian ini terdiri dari nilai atribut, nilai konsekuensi, nilai tujuan.

Skripsi ini memfokuskan penelitian pada nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Sri Ratu Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden, data penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Uji hipotesis menggunakan teknik analisis linier berganda untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel bebas yaitu nilai atribut (X_1), nilai konsekuensi (X_2) dan nilai tujuan (X_3) terhadap variabel tergantung yaitu kepuasan konsumen (Y) secara simultan dan parsial.

Hasil analisis yang diperoleh adalah $Y = 2.958 + 1.067 X_1 + 0.451 X_2 + 0.794 X_3$. Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , berpengaruh signifikan terhadap Y , baik secara simultan maupun parsial. Koefisien korelasi sebesar 0.904 menunjukkan hubungan yang kuat antara X dan Y . Koefisien Adjusted R square sebesar 0.811 atau 81.1% menunjukkan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 0.189 atau 18.9% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain.